PROGRAMA: "COMERCIO ELECTRÓNICO, MARKETING ONLINE Y REDES SOCIALES"

OBJETIVOS

- Apoyar a los alumnos/as asistentes al curso en el proceso de digitalización de sus empresas, entiendo por tal la incorporación de las Tecnologías de la Información a la gestión de la empresa.
- Formar a empresarios/as y autónomos en herramientas informáticas que les permitan mejorar la eficiencia de sus procesos internos y externos para ser más competitivos en el mercado en el que se desenvuelve su empresa.

DESTINATARIOS

- El perfil del alumnado al que va dirigido el curso corresponde a emprendedores/as, empresarios/as y directivos/as de empresas medianas y pequeñas de Extremadura, interesados en conocer y aplicar las nuevas tecnologías para mejorar la gestión de sus empresas y para incorporar herramientas que puedan aportar valor tanto en los procesos generadores de negocio como incorporar herramientas encaminadas a mejorar la productividad de operaciones y procesos internos.

HORAS DE DEDICACIÓN • Horas lectivas….15 • Horas de tutorías….20	**COSTE** • 75€/hora (dietas y desplazamientos incluidos)

CONTENIDOS

El **comercio electrónico** se ha convertido en una gran alternativa para el desarrollo sostenible de los negocios convencionales. En esta materia se analizarán las características más importantes que configuran el comercio electrónico, desde la creación de las páginas web soporte de toda actividad empresaria en Internet hasta la normativa aplicable para la realización de un comercio electrónico seguro y de calidad, como la LSSICE, Ley de servicios de la Sociedad de la Información y Comercio Electrónico que es la norma más relevantes que regulan el comercio electrónico.

Como complemento o incluso como única vía de comercialización de productos y servicios, muchas empresas están considerando la posibilidad de generar ventas a través de Internet, por lo que es imprescindible conocer las características que ofrecen las Tiendas Online y las múltiples posibilidades que existen en la actualidad para realizar ventas seguras y sostenibles a través de estas tiendas en la web, analizaremos las diferentes posibilidades que ofrece el mercado para implantar una tienda online, la importancia de los catálogos de productos, la necesidad de contar con motores de búsquedas de artículos que faciliten al cliente la localización del producto deseado, las plataformas de pago seguras que se deben incluir en la tienda online.

Los niveles de transacciones online en B2B y B2C crecen considerablemente trimestre a trimestre. Es por ello, que consideramos totalmente necesario que los empresarios de hoy realicen este curso para poder conocer las posibilidades y el alcance que puede tener su negocio en internet.

En las materias de **marketing digital** presentaremos a los alumnos las nuevas herramientas de marketing disponibles a través de Internet. Los diferentes modelos de negocio existentes, para mejorar la capacidad de generar ventas, nuevos contactos y publicitar contenidos, productos y servicios a través de Internet.

Esta materia incluye también la identificación de las Redes Sociales y su impacto en la estrategia de comunicación y Marketing de la empresa, donde se verá con detalle en qué redes sociales es conveniente estar presente y cómo se deben manejar éstas para crear una imagen de la empresa que favorezca las relaciones comerciales.

Índice de los contenidos a impartir:	
<u>Las materias sobre comercio electrónico serán:</u> • Ventajas del comercio electrónico. • Principales plataformas de comercio electrónico: magento, prestashop, oscommerce,… • Medios de pago. • Sistemas de entrega. • Usabilidad y persuabilidad. • Sellos de confianza. • Plataformas paralelas: Google shopping, Alibaba, Shopmania,… • Mobile commerce. • Geoposicionamiento y cuponing. • Casos de éxito.	<u>Las materias sobre marketing y redes sociales serán:</u> • Posicionamiento seo. • Posicionamiento sem: google adwords. • Redes sociales. • Mailing. • Marketing de afiliación. • Analítica: google analytics. • Plan de marketing online. • Casos de éxito.

CLAUSTRO DE PROFESORES

- **Juanjo López Garcia.** Especialista en SEO, SEM, Reputación Digital, Mobile Marketing e Internacionalización de empresas. Lleva 11 años dedicados al marketing en empresas nacionales y multinacionales.

En la actualidad es el máximo responsable SEO de proyectos como Sevende.es, Otis, y Marina D´Or. Desarrolla el nuevo portal inmobiliario de la caja Unicaja. En Royal Comunicación dirige un equipo de 21 profesionales del marketing online y gestionan de forma integral la reputación digital de 67 empresas.

Tiene dos másters por la Universidad de San Francisco de Estados Unidos (USF): Social Media Advance y Mobile Marketing. Es agente GAP homologado por Google (google advertiser profesional).

Empresario y profesor en la Escuela de Organización Industrial (EOI), la Universidad Pablo de Olavide (UPO), la Cámara de Comercio y Andalucía Emprende. Conferenciante en distintas instituciones y eventos como OMEXPO, la diputación de Sevilla, la Fundación Cajasol.

Miembro de la Mobile Marketing Asociation y de AERCO Española de Responsables de Comunidad.

- **Francisco Javier Vázquez.** Especialista en Social Media y Nuevas Tecnologías de la Comunicación. Postgrado en Gestión de Redes Sociales y Master en Diseño Gráfico y Web, así como licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas. Desarrolla su experiencia profesional en el ámbito del Marketing Social, con amplia experiencia en administración y gestión de Comunidades Online, Social e-commerce, reputación corporativa y gestión de Contenidos 2.0. Especialista en elaborar estrategias promocionales en medios sociales y campañas de CPC y CPM. Ha planificado y desarrollado sistemas de analítica de KPI y ha participado en proyectos I+D de monitorización de marca en medios sociales con el grupo de investigación Dinamic Área. Asimismo, realiza y coordina estrategias de marca para grandes y pequeñas empresas.

Actualmente es responsable del Departamento de Social Media de la empresa Royal Comunicación, consultora de Marketing Online de ámbito nacional. Junto a su equipo, gestiona diariamente más de 30 cuentas nacionales e internacionales. Participa de modo activo en proyectos como Bang & Olufsen, Ferrari Club House y Helen Doron. Blogger en Social UPO y ponente en OMExpo 2012.

- **Carlos Pérez Fernández.** Responsable de e-commerce en Royal Comunicación. Ingeniero informático, experto en comercio electrónico y redes sociales. Amplia experiencia en el desarrollo de aplicaciones webs, desarrolladas en PHP con enlace a base de datos MySQL.
Las principales plataformas en las que desarrolla:
E-commerce: Prestashop y OSCommerce.
Blogs: Wordpress, Joomla!.
Frameworks: Codeigniter y Symfony.

Su experiencia ha dejado huella en www.demartina.com y www.pirendo.com.